



Kalikoeinband, 1884; Foto: Bertram Kober

## Das »Kleid« der »Gartenlaube«

Die Laube im Vorgarten seines Hauses war für Ernst Keil ein wichtiger Platz im Familienleben und Inspiration für den Titel seiner Zeitschrift sowie für die Lesefamilie in der Titelvignette. Von 1853 bis in die 1930er-Jahre war die Vignette das Markenzeichen der »Gartenlaube« und auch Motivgeber für viele Heftumschläge. Eine erste illustrierte »Hülle« für die Wochen- und Monatshefte wurde 1860 eingesetzt. Keils Nachfolger nutzten die Umschläge gezielt als Werbefläche, sowohl für die Zeitschrift selbst als auch für Fremdwerbung. Zum Anreiz für das Sammeln der »Garten-

laube« wurden »höchst geschmackvolle Decken mit Golddruck« für den Einband angeboten. Die Motive der Familienidylle wurde nach 1920 durch Gemäldereproduktionen abgelöst und nach 1932 kamen nur noch Fotos aus der Welt des Sports, des Films, des Kindes sowie heimatbezogene und schließlich machtintendierte Motive aufs Cover.

## Bilder und Techniken

Zum Erfolgskonzept der Zeitschrift gehörte der Einsatz von Bildern. Das ästhetische Gesicht der »Gartenlaube« war bis zum Ende des 19. Jahrhunderts vom Holzstich geprägt. Basierend auf der Entwicklung reprografischer, chemigrafischer und galvanoplastischer Verfahren und Geräte kamen Klischees schrittweise seit den 1860er-Jahren zum Einsatz. Seit 1900 setzte sich die Autotypie als favorisierte Bildtechnik in der »Gartenlaube« durch. Die Vorlagen wurden auf fotografischem Wege in druckbare Rasterpunkte zerlegt. Dadurch konnten Tonabstufungen exakt reproduziert und auch mehrfarbig in hoher Auflage gedruckt werden. Insbesondere die ganz- und doppelseitigen Genrebilder, die nach 1880 – auch teilweise farbig ausgeführt – zur textunabhängigen Kunstbeilage wurden, steigerten die Attraktivität. Seit Beginn der 1930er-Jahre setzte sich der im Zeitschriftengeschäft übliche fotojournalistische Stil durch.



Genrebild, 1904; © Martin Kelter Verlag

## Ausstellungen

Dauerausstellung

»Zeichen – Bücher – Netze: Von der Keilschrift zum Binärcode«

»Die Welt in Leipzig: 100 Jahre Internationale Ausstellung für Buchgewerbe und Graphik«

13.3.2014 – 24.8.2014

## Öffnungszeiten und Führungen

Ausstellungen

Dienstag bis Sonntag von 10 bis 18 Uhr

Donnerstag 10 bis 20 Uhr

an Feiertagen (außer montags) von 10 bis 18 Uhr

Führungen durch die Ausstellungen des Deutschen Buch- und Schriftmuseums und Angebote im »Museum zum Mitmachen«:

Informationen [dbsm-info@dnb.de](mailto:dbsm-info@dnb.de)

Telefon 0341 2271-324

Der Eintritt ins Museum ist frei.

Deutsche Nationalbibliothek  
Deutsches Buch- und Schriftmuseum  
Deutscher Platz 1  
04103 Leipzig  
[www.dnb.de](http://www.dnb.de)

Titelbild: »Die Gartenlaube«  
mit Welt der Frau, Plakat 1905

# Illustrierte Idylle?

*Die Gartenlaube:*  
Gesichter eines Massenblattes

Ausstellung 8.11.2013 – 12.10.2014



DEUTSCHES  
BUCH- UND  
SCHRIFT  
MUSEUM

DEUTSCHE  
NATIONAL  
BIBLIOTHEK

## Die Gartenlaube: Illustrierte Idylle?

Wer vermutet schon, dass »Die Gartenlaube« den Grundstein zur Entwicklung der modernen Boulevardmagazine im Hochglanzstil legte? Gemeinsam mit dem »Pfeffrig-Magazin« und der »Illustrierten Zeitung« gehörte sie zu den Medien, die mit ihren schwarz-weißen Holzstichbildern den Beginn der illustrierten Massenpresse im 19. Jahrhundert einläuteten. Als »Illustriertes Familienblatt« verkörperte »Die Gartenlaube« einen neuen Medientypus, wurde zum auflagenstärksten, wirkmächtigsten und oft imitierten Massenblatt. Als Wissenssammlung, Ratgeber und Unterhalter fand die Zeitschrift in vielen Bücherschränken einen Platz. Mit ihren inhaltlichen und ästhetischen Gesichtern spiegelt sie den Zeitgeist und Geschmack eines breiten Lesepublikums



Der See im Glase, 1856; © Martin Kelter Verlag

wider, gilt als reiche Quelle der Kulturgeschichte, steht aber zugleich als Synonym für eine idyllische und rührselige Bilder- und Romanwelt.

Die Kabinettausstellung im Tresor der Deutschen Nationalbibliothek spürt dem Wandel nach, den »Die Gartenlaube« vom Journal der »Volksaufklärung« und der unterhaltenden Poesie zum trivialen Ratgeber, Werbeträger und schließlich zum Medium der nationalsozialistischen Presse genommen hat.



Plakat, nach Entwurf von Paul Scheurich, 1905

## Verleger und Programmwandel

Der Begründer der »Gartenlaube« ist der Leipziger Verleger Ernst Keil (1816–1878). Sein geniales Programm zielte gemäß seiner liberalen Gesinnung auf »geistige Ertüchtigung« Aufklärung und Unterhaltung des Bürgertums. Prominente Autoren berichteten in leicht verständlicher Form über neue Entdeckungen in Naturwissenschaft, Medizin, Technik und verfassten historische, militärische, volkscundliche und kulturelle Beiträge sowie Biografien und Charakterbilder. Volksschriftsteller lieferten mit politischer und Kriegsliteratur, Bauernerzählungen, Familienpoesie und Trivialromanen

rührende und erschütternde Stimmungsbilder. Feuilletonistische »Blätter und Blüten« sowie ein »Briefkasten« komplettierten das Spektrum. Die Auflage der Zeitschrift wuchs schnell und erreichte 1875 eine Höchstaufgabe von 382.000. 1883 verkaufte Keils Witwe den Verlag an die Gebrüder Kröner in Stuttgart. Adolf Kröner (1836–1911) übernahm die Redaktion der »Gartenlaube« in Leipzig. Bewährte Themen blieben im Programm, wurden aber nach seiner national-konservativen Gesinnung neu ausgerichtet. Dienst fürs Vaterland, Wohltätigkeit, Hygiene, Armenfürsorge, Wirtschafts- und Rechtsfragen, Erfolgsmeldungen aus Deutschlands Industrie u. ä. bestimmten den Tenor. Der Unterhaltungsaspekt wurde betont und der Bildanteil wuchs. Um 1900 betrug die Auflage noch etwa 100.000.

1904 integrierte August Scherl (1849–1921) »Die Gartenlaube« in seinen Berliner Verlagskonzern und vollendete die Umwandlung vom Familienblatt zur modernen Illustrier-

ten. Die Konkurrenzblätter »Vom Fels zum Meer« und »Die weite Welt« wurden mit der »Gartenlaube« vereint, um den Abonnentenstamm zu konzentrieren und mit gefälliger Unterhaltung wurde auf das veränderte Leserinteresse reagiert. »Die Welt der Frau« kam als neues Beiblatt mit einem ausgedehnten Modeteil hinzu.

Der Verkauf des August Scherl Verlages 1916 an den Hugenberg-Konzern läutete das Ende der Zeitschrift ein: Berichte über die politische Lage, über Persönlichkeiten, Staatsfeiern und Kriegereignisse, Soldatentransporte und Lazarette, Bilder aus der Filmwelt, banale Ratgeberbeiträge, trivialste Fortsetzungsromane und ein sich verselbständigender Beilagen- und Werbeteil prägten nun die Illustrierte, die seit 1933 von nationalsozialistischer Propaganda instrumentalisiert wurde. 1937 betrug die Auflage nur noch 80.595. Nach der Umbenennung 1938 erschien »Die neue Gartenlaube« noch bis 1944.



»Die Gartenlaube«, 1932; © Martin Kelter Verlag; Foto: Bertram Kober